

THỂ CHẾ VÀ CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ XUẤT KHẨU TRỰC TUYẾN: KHOẢNG TRỐNG, THÁCH THỨC VÀ ĐỊNH HƯỚNG CẢI CÁCH

NGUYỄN THỊ THU AN ^{*}
LÊ THỊ THANH HIẾU ^{**}

Sự phát triển nhanh của thương mại điện tử xuyên biên giới tạo ra cơ hội mở rộng thị trường cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa (Small and medium-sized enterprises - SMEs) tại các quốc gia đang phát triển. Mặc dù Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách thúc đẩy xuất khẩu trực tuyến, song mức độ tiếp cận thực tế của doanh nghiệp còn thấp, phản ánh khoảng cách giữa mục tiêu và hiệu quả triển khai. Bài viết dựa trên tiếp cận thể chế và điều tiết công, phân tích hệ thống chính sách; đồng thời, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực thể chế và tăng cường cạnh tranh số của Việt Nam.

Từ khóa: Chính sách; điều tiết công; thể chế; thương mại điện tử xuyên biên giới; xuất khẩu trực tuyến; SMEs.

The rapid development of cross-border e-commerce is opening up opportunities for small and medium-sized enterprises (SMEs) in developing countries to expand their markets. Although the Vietnamese Government has issued various policies to promote online exports, the actual level of business access remains low, reflecting a gap between policy objectives and implementation outcomes. Based on an institutional and public regulation approach, this article analyzes the policy system and proposes several solutions to enhance institutional capacity and strengthen Vietnam's digital competitiveness.

Keywords: Policy; public regulation; institutions; cross-border e-commerce; online exports; SMEs.

NGÀY NHẬN: 02/12/2025 NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 08/3/2026 NGÀY DUYỆT: 18/3/2026

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.362.2026.1447>

1. Đặt vấn đề

Trong kỷ nguyên số, thương mại điện tử xuyên biên giới (CBEC) đã trở thành một động lực quan trọng định hình lại thương mại toàn cầu. Sự dịch chuyển trong hành vi tiêu dùng, cùng với sự phát triển của các nền tảng số, như: Amazon, Alibaba, Shopee hay Lazada đã giúp doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) có

thể tiếp cận thị trường quốc tế mà không cần hiện diện thương mại truyền thống. Năm 2024, quy mô thị trường thương mại điện tử xuyên biên giới toàn cầu đạt 791,5 tỷ USD và

^{*} TS, Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

^{**} TS, Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ

dự báo tăng trưởng trên 30% trong giai đoạn tiếp theo¹.

Việt Nam phát triển kinh tế theo định hướng xuất khẩu, vì vậy, việc tham gia vào dòng chảy thương mại điện tử xuyên biên giới mang ý nghĩa chiến lược. Trong những năm gần đây, Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ, như: Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2021 - 2025 (Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 của Thủ tướng Chính phủ), Chương trình chuyển đổi số quốc gia (Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ), cùng các văn bản pháp luật liên quan đến giao dịch điện tử, logistics và hải quan số. Đây là những bước đi quan trọng thể hiện cam kết của Nhà nước trong việc thúc đẩy thương mại số.

Theo báo cáo của Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM), một trong bốn rào cản chính mà các doanh nghiệp phải đối mặt khi tham gia vào thương mại điện tử xuyên biên giới là rào cản pháp lý do các yêu cầu pháp lý và quy định về xuất khẩu ra nước ngoài còn quá phức tạp². Thực tế này phản ánh khoảng cách lớn giữa mục tiêu chính sách và hiệu quả triển khai; đồng thời, đặt ra câu hỏi về tính đầy đủ, minh bạch, năng lực thực thi và khả năng thích ứng của hệ thống chính sách.

2. Tổng quan hệ thống chính sách, pháp luật hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến tại Việt Nam

Trong bối cảnh chuyển đổi số, xuất khẩu trực tuyến đã trở thành một kênh thương mại quan trọng đối với các quốc gia đang phát triển. Quy mô thương mại điện tử Việt Nam vượt 25 tỷ USD, tiếp tục tăng trưởng mạnh và giữ vị trí thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á, sau Indonesia (65 tỷ USD) và Thái Lan (26 tỷ USD)³. Tuy nhiên, theo báo cáo của VECOM (2025), tỷ lệ doanh nghiệp Việt Nam có sử dụng website hoặc các ứng dụng thương mại điện tử để phục vụ mục đích xuất khẩu trong năm 2024 chỉ đạt 17% số

doanh nghiệp được khảo sát, tăng 3% so với năm 2023. Tỷ lệ này cho thấy, đa số doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm và đầu tư vào chiến lược xuất khẩu trực tuyến⁴.

Việt Nam đã chủ động xây dựng khung chính sách nhằm hỗ trợ doanh nghiệp tận dụng nền tảng số trong hoạt động xuất khẩu, đặc biệt trong thương mại điện tử xuyên biên giới. Hệ thống pháp lý hiện hành, bao gồm: *Luật Giao dịch điện tử* năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2023) tạo nền tảng cho định danh điện tử, chứng từ số và giao dịch số trong xuất nhập khẩu. Tiếp theo, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 của Chính phủ về thương mại điện tử và Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 sửa đổi quy định chi tiết về hoạt động sàn thương mại điện tử, nghĩa vụ kê khai thuế, cơ chế chống gian lận thương mại trên nền tảng số.

Đối với giao dịch xuất khẩu trực tuyến có Thông tư số 40/2018/TT-BCT ngày 10/10/2018 của Bộ Công Thương hướng dẫn cấp Giấy chứng nhận xuất xứ điện tử (e-CO), hỗ trợ doanh nghiệp giảm thời gian và chi phí thủ tục xuất khẩu. Bên cạnh đó, chính sách chuyên biệt như Nghị định số 80/2021/NĐ-CP ngày 26/8/2021 của Chính phủ về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó quy định hỗ trợ chi phí duy trì gian hàng trên sàn thương mại điện tử trong và ngoài nước, tư vấn xuất khẩu số và phát triển thương hiệu trực tuyến, tạo cơ chế trực tiếp để SMEs tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới.

Về định hướng chiến lược, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15/5/2020 phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia và Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 ban hành Chương trình chuyển đổi số quốc gia, trong đó xác định thương mại điện tử và xuất khẩu số là hai trụ cột của kinh tế số Việt Nam. Quyết định số 1415/QĐ-TTg ngày 14/11/2022 tiếp tục nhấn mạnh mục tiêu thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới, bao gồm: hỗ trợ doanh nghiệp đạt chuẩn kỹ

thuật, truy xuất nguồn gốc, truy cập thị trường quốc tế thông qua nền tảng số.

Những chính sách trên cho thấy, nỗ lực đáng kể của Nhà nước trong việc từng bước hình thành hành lang pháp lý cho xuất khẩu trực tuyến. Tuy nhiên, xét về tổng thể, hệ thống chính sách, pháp luật hiện hành vẫn chưa theo kịp đầy đủ yêu cầu đặc thù của thương mại điện tử xuyên biên giới, nhất là đối với các hoạt động xuất khẩu số. Những hạn chế này được thể hiện rõ hơn khi xem xét dưới góc độ tính đầy đủ, tính minh bạch, năng lực thực thi và khả năng thích ứng của hệ thống chính sách.

3. Đánh giá theo khung lý thuyết thể chế và điều tiết công

Dựa trên khung phân tích kết hợp lý thuyết thể chế (North, 1990)⁵ và lý thuyết điều tiết công (Baldwin, Cave & Lodge, 2012)⁶, hệ thống chính sách, pháp luật hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến tại Việt Nam được xem xét theo bốn tiêu chí:

(1) *Tính đầy đủ và nhất quán của chính sách*: là một yêu cầu cơ bản của thể chế. Trong tiêu chí này, tính đầy đủ không chỉ nằm ở việc có quy định điều chỉnh xuất khẩu trực tuyến mà còn ở khả năng bao quát các quan hệ phát sinh, bảo đảm sự liên kết giữa các lĩnh vực liên quan và tính đồng bộ trong thực thi. Tính nhất quán thể hiện ở việc hình thành một khung chính sách, pháp luật thống nhất, hạn chế chồng chéo, phân tán và khoảng trống pháp lý đối với các vấn đề mới của thương mại số.

Hiện các văn bản pháp luật về xuất khẩu trực tuyến của Việt Nam còn thiếu sự liên kết giữa thương mại điện tử, ngoại thương, hải quan, logistics và bảo vệ người tiêu dùng. Dưới góc nhìn thể chế, điều này cho thấy, hệ thống chính sách còn phân tán, chưa hình thành được một khung điều chỉnh đủ thống nhất và tích hợp. Theo North (1990)⁷, thể chế chỉ thực sự hiệu quả khi các quy tắc chính

thức tạo ra một khung hành động nhất quán, giúp giảm chi phí giao dịch. Việc thiếu liên kết giữa thương mại điện tử, hải quan và logistics cho thấy, thể chế chính thức ở Việt Nam mới dừng lại ở mức các quy định riêng lẻ, chưa trở thành một hệ thống gắn kết để điều chỉnh hành vi kinh tế.

Điển hình là hệ thống thông quan hàng hóa điện tử (VNACCS) của Tổng cục Hải quan hiện chưa được tích hợp dữ liệu từ các sàn thương mại điện tử xuyên biên giới như Amazon hoặc Alibaba, làm cho doanh nghiệp gặp khó khăn trong khai báo hải quan điện tử; đồng thời, làm gia tăng thời gian và chi phí thực hiện thủ tục (VECOM, 2023)⁸.

Bên cạnh đó, pháp luật hiện hành cũng chưa bao quát đầy đủ đối với hàng hóa phi vật thể, như: phần mềm, dữ liệu, dịch vụ số - những sản phẩm này ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong thương mại quốc tế. Khoảng trống pháp lý đối với hàng hóa phi vật thể không chỉ thể hiện ở việc thiếu quy định riêng cho phần mềm, dữ liệu hay dịch vụ số mà còn ở sự chưa rõ ràng trong xử lý các vấn đề phát sinh từ xuất khẩu số xuyên biên giới. Do đặc thù của các sản phẩm này gắn nhiều hơn với quyền sở hữu trí tuệ, quyền khai thác và lưu chuyển dữ liệu hơn là sự dịch chuyển vật lý, nhiều quy định truyền thống về xuất xứ, chứng từ, thuế và kiểm soát giao dịch không còn phù hợp. Điều này cho thấy, hệ thống chính sách, pháp luật hiện hành còn thiếu cả tính chuyên biệt lẫn tính thống nhất trong điều chỉnh thương mại số.

So sánh với kinh nghiệm quốc tế cho thấy sự khác biệt khá rõ. Hàn Quốc đã xây dựng một cơ chế pháp lý riêng cho xuất khẩu sản phẩm số, bao gồm các quy định về thuế, chứng từ điện tử và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (KOTRA, 2024)⁹. Trong khi đó, tại Việt Nam vẫn chưa có quy định rõ ràng về thuế giá trị gia tăng cho dịch vụ số xuyên biên giới cũng như cơ chế xác minh xuất xứ đối với

hàng hóa phi vật thể. Những khoảng trống này cho thấy, khung chính sách, pháp luật hiện hành vẫn còn hạn chế về mức độ bao quát và khả năng thích ứng trước sự phát triển nhanh của thương mại số.

(2) *Mức độ minh bạch và khả năng tiếp cận*: theo Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)¹⁰, mức độ minh bạch thông tin ở Việt Nam đã có sự cải thiện đáng kể, cụ thể điểm tiếp cận tài liệu quy hoạch và pháp lý năm 2024 lần lượt đạt 3,11 và 3,23 điểm, đây là mức cao nhất kể từ năm 2006. Đồng thời, tỷ lệ doanh nghiệp cho rằng, “cần có mối quan hệ” để tiếp cận tài liệu của tỉnh giảm xuống còn 31% so với mức 61% năm 2021. Mặc dù các chỉ số này chưa phản ánh trực tiếp mức độ minh bạch và khả năng tiếp cận chính sách đối với thương mại điện tử xuyên biên giới, nhưng thấy rõ môi trường tiếp cận thông tin chính sách nói chung của doanh nghiệp đã được cải thiện.

Tuy nhiên, xét riêng trong lĩnh vực hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến, hạ tầng và hệ sinh thái hỗ trợ thương mại điện tử chưa đồng bộ, các doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn khi tiếp cận thông tin và chính sách hỗ trợ (VECOM, 2023)¹¹. Các cổng thông tin của Bộ Công Thương, Tổng cục Hải quan và hiệp hội ngành nghề chưa được tích hợp, dẫn đến tình trạng “nhiều thông tin”. Điều này cho thấy, tính minh bạch không chỉ nằm ở việc công khai thông tin mà còn ở cách thức tổ chức, kết nối và truyền tải thông tin để doanh nghiệp có thể thực sự tiếp cận và sử dụng.

Ở góc độ thể chế, North (1990)¹² coi tính minh bạch là điều kiện để giảm bất định trong hành vi kinh tế. Việc doanh nghiệp không tiếp cận được thông tin chính sách đồng nghĩa với việc chi phí thể chế tăng cao, điều này làm giảm động lực tham gia xuất khẩu trực tuyến.

Từ góc độ lý thuyết điều tiết công, Baldwin et al. (2012)¹³ cho rằng, tình trạng

bất cân xứng thông tin giữa nhà hoạch định và đối tượng thụ hưởng có thể làm giảm hiệu quả thực thi chính sách. So sánh quốc tế, Singapore đã giải quyết vấn đề này bằng cách xây dựng Nền tảng thương mại tích hợp (NTP), nơi doanh nghiệp có thể tiếp cận toàn bộ quy định, thủ tục và dịch vụ hỗ trợ trên một cổng duy nhất, giao diện thân thiện, đa ngôn ngữ. Cơ chế này giúp tiết kiệm chi phí giao dịch và nâng cao mức độ tuân thủ (WB, 2022)¹⁴.

(3) *Năng lực thực thi và phối hợp thể chế*: xuất khẩu trực tuyến là lĩnh vực đa ngành, đòi hỏi sự phối hợp giữa các lĩnh vực thương mại, công nghệ thông tin, logistics, hải quan và tài chính. Tuy nhiên, tại Việt Nam hiện vẫn chưa có một đầu mối điều phối liên ngành đủ thẩm quyền để thực hiện vai trò điều phối toàn diện. Bộ Công Thương được giao vai trò chủ trì nhưng phạm vi quản lý không thể bao quát đầy đủ các lĩnh vực then chốt khác như hải quan, thuế hay logistics. Hệ quả là năng lực thực thi chính sách còn bị phân tán, doanh nghiệp phải tiếp xúc với nhiều cơ quan, mỗi nơi một quy trình, thiếu một cơ chế phối hợp thống nhất. Điều này cho thấy, hạn chế không chỉ nằm ở năng lực thực thi của từng cơ quan mà còn ở khả năng phối hợp giữa các chủ thể có liên quan trong quá trình tổ chức thực hiện chính sách. Ví dụ, doanh nghiệp xuất khẩu nông sản trực tuyến phải làm việc cùng lúc với Bộ Công Thương, Tổng cục Hải quan, Bộ Tài chính và các doanh nghiệp logistics tư nhân.

(4) *Cơ chế phản hồi chính sách và khả năng thích ứng*: một nguyên tắc quan trọng của quản trị hiện đại là chính sách phải có khả năng phản hồi, tức là có thể điều chỉnh dựa trên dữ liệu thực tiễn và ý kiến phản ánh từ doanh nghiệp. Tuy nhiên, hệ thống chính sách hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến tại Việt Nam hiện chưa có một cơ chế phản hồi chính thức.

Doanh nghiệp không có kênh trực tuyến để đóng góp ý kiến hay kiến nghị. Các cuộc

đối thoại chính sách chủ yếu diễn ra theo hình thức hội thảo định kỳ, với tần suất thấp và phạm vi hạn chế. Trong khi đó, việc rà soát, tổng kết và sửa đổi chính sách thường chỉ diễn ra theo chu kỳ 3 - 5 năm, một khoảng thời gian tương đối dài so với tốc độ thay đổi liên tục của công nghệ số và thị trường quốc tế¹⁵. Điều này cho thấy, cơ chế phản hồi chính sách hiện nay còn chậm, qua đó làm hạn chế khả năng thích ứng của hệ thống chính sách trước những biến động nhanh của môi trường thương mại số.

Nhìn chung, các hạn chế nêu trên đã ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả thụ hưởng chính sách của doanh nghiệp. Thực tiễn triển khai cũng cho thấy, doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là SMEs vẫn chưa thực sự hưởng lợi từ các chương trình hỗ trợ; tỷ lệ doanh nghiệp tiếp cận được các chương trình hỗ trợ còn rất thấp¹⁶. Điều này phản ánh khoảng cách đáng kể giữa khung chính sách trên văn bản và tác động chính sách trong thực tế.

4. Hàm ý chính sách

Phân tích hệ thống chính sách, pháp luật hỗ trợ xuất khẩu trực tuyến tại Việt Nam cho thấy một nghịch lý đáng chú ý: hệ thống chính sách khá phong phú về số lượng nhưng hiệu lực và hiệu quả triển khai vẫn còn hạn chế. Các văn bản pháp lý và chương trình hành động của Chính phủ trong thời gian qua đã góp phần hình thành khung thể chế cho thương mại điện tử xuyên biên giới, nhưng những điểm nghẽn cấu trúc khiến chính sách chưa tạo ra hiệu quả rõ rệt trong thực tiễn.

Dựa trên các phân tích, bài viết đề xuất năm nhóm cải cách chính sách then chốt như sau:

Thứ nhất, xây dựng chiến lược quốc gia về xuất khẩu trực tuyến.

Việt Nam cần một chiến lược ở tầm quốc gia, đặt dưới sự điều phối trực tiếp của Chính

phủ hoặc một cơ quan liên ngành chuyên trách. Cần khắc phục cách tiếp cận theo từng ngành riêng lẻ hiện nay mà phải tích hợp thương mại, logistics, tài chính, công nghệ thông tin và bảo vệ người tiêu dùng. Bài học từ Singapore cho thấy, việc ban hành chiến lược quốc gia đã tạo điều kiện để các bộ ngành đồng bộ hóa chính sách và phối hợp hiệu quả trên nền tảng số.

Thứ hai, chuẩn hóa và nâng cấp khung pháp lý.

Khung pháp luật cần được mở rộng để bao quát các đặc thù của thương mại điện tử xuyên biên giới, đặc biệt là hàng hóa và dịch vụ số. Điều này bao gồm quy định rõ ràng về quản lý thuế theo phương thức số (digital tax administration); cơ chế chứng từ điện tử và xác minh xuất xứ phi vật thể; quyền và nghĩa vụ trong xuất khẩu phần mềm, dữ liệu, nội dung số; bảo vệ người tiêu dùng trong giao dịch xuyên biên giới. Có thể nghiên cứu từ kinh nghiệm của Hàn Quốc về việc xây dựng luật riêng cho dịch vụ số đã giúp doanh nghiệp Hàn Quốc nhanh chóng mở rộng xuất khẩu trong các ngành công nghệ sáng tạo.

Thứ ba, thiết lập nền tảng một cửa số liên thông.

Đây là giải pháp trực tiếp cho vấn đề phối hợp thể chế còn yếu. Nền tảng này cần kết nối toàn bộ quy trình xuất khẩu từ hải quan, thuế, thanh toán quốc tế, đăng ký sản phẩm đến logistics. Mô hình này có thể tham khảo từ bài học thành công của NTP tại Singapore, mô hình đã giúp rút ngắn 25% thời gian xử lý thủ tục và giảm đáng kể chi phí giao dịch. Đặc biệt, nền tảng cần được thiết kế với giao diện thân thiện, quy trình tự động hóa cao để hỗ trợ tối đa cho các SMEs - nhóm đối tượng vốn gặp nhiều rào cản về năng lực công nghệ.

Thứ tư, cải thiện cơ chế truyền thông và năng lực tiếp cận chính sách.

Chính sách chỉ có ý nghĩa khi doanh nghiệp có thể tiếp cận và sử dụng. Do đó, Việt Nam cần xây dựng các cổng thông tin tích hợp, cung cấp dữ liệu minh bạch, đa ngôn ngữ, dễ tra cứu. Bên cạnh đó, cần triển khai các trung tâm hỗ trợ kỹ thuật tại địa phương, nhất là tại các tỉnh xuất khẩu chủ lực, như: Đồng Nai, Bắc Ninh, Hải Phòng. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy, việc kết hợp truyền thông số với mạng lưới trung tâm hỗ trợ để giúp nâng cao tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới.

Thứ năm, thiết lập cơ chế phản hồi chính sách trực tuyến.

Việt Nam cần chuyển từ cơ chế rà soát chính sách định kỳ sang cơ chế “quản trị thích ứng”. Xây dựng một hệ thống phản hồi trực tuyến để doanh nghiệp có thể phản ánh khó khăn, đóng góp ý kiến và cung cấp dữ liệu vận hành giúp Nhà nước điều chỉnh chính sách kịp thời. Đây là nguyên lý căn bản trong điều tiết công hiện đại. Trung Quốc và Hàn Quốc đều đã áp dụng mô hình thử nghiệm chính sách trước khi ban hành chính thức, từ đó, nâng cao tính thích ứng và giảm thiểu rủi ro chính sách lỗi thời.

5. Kết luận

Việc thực hiện các cải cách trên không chỉ giúp khắc phục điểm nghẽn thể chế mà còn tạo ra năng lực cạnh tranh thể chế mới cho Việt Nam. Khi chính sách được vận hành trong một hệ sinh thái tích hợp, minh bạch và thích ứng, SMEs sẽ có cơ hội tham gia sâu hơn vào thị trường toàn cầu. Đồng thời, Nhà nước cũng nâng cao năng lực quản lý, giảm chi phí hành chính và tăng độ tin cậy trong mắt đối tác quốc tế.

Trong bối cảnh thị trường quốc tế ngày càng số hóa, xuất khẩu trực tuyến không chỉ là một xu hướng tất yếu mà còn là một định hướng quan trọng đối với nền kinh tế có độ mở cao như Việt Nam. Vì vậy, cải cách chính

sách và thể chế là yêu cầu cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh và hạn chế nguy cơ tụt hậu trong quá trình hội nhập kinh tế số.

Chú thích:

1. Thời khắc vàng để thương mại điện tử xuyên biên giới bứt phá. <https://vneconomy.vn>, ngày 05/9/2025.
- 2, 4. Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2025. <https://vecom.vn>, ngày 25/4/2025.
3. Viet Nam's e-commerce hits US\$25 billion in 2024. <https://en.baochinhphe.vn>, ngày 07/01/2025.
- 5, 7, 12. North, D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678>.
- 6, 13. Baldwin, R., Cave, M. & Lodge, M. (2012). *Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/understanding-regulation-9780199576081>.
- 8, 11, 15, 16. Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam 2023. <https://vecom.vn>, ngày 18/4/2023.
9. *Annual Report on Global Trade Promotion*. Seoul: Korea Trade-Investment Promotion Agency. <https://www.kotra.or.kr>, ngày 01/4/2024.
10. Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2024. <https://pcvietnam.vn>, ngày 06/5/2025.
14. *Doing Business Report: Singapore Case Study on Trade Digitalization*. Washington D.C.: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/36294>.

Tài liệu tham khảo:

1. Bộ Công Thương (2018). Thông tư số 40/2018/TT-BCT ngày 10/10/2018 quy định việc cấp Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa ưu đãi theo cơ chế điện tử (e-CO).
2. Chính phủ (2021). Nghị định số 80/2021/NĐ-CP ngày 26/8/2021 của Chính phủ về hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.
3. Chính phủ (2021). Nghị định số 85/2021/NĐ-CP ngày 25/9/2021 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung Nghị định số 52/2013/NĐ-CP ngày 16/5/2013 về thương mại điện tử.
4. Quốc hội (2023). Luật Giao dịch điện tử năm 2023.
5. Thủ tướng Chính phủ (2022). Quyết định số 1415/QĐ-TTg ngày 14/11/2022 phê duyệt Kế hoạch thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới.